

Ale-Hop Se estrena en la capital

La enseña alicantina dedicada al mundo de los complementos de moda y artículos de regalo sigue creciendo con su llegada a la capital, donde ha inaugurado tienda en el centro comercial La Vaguada. Son precisamente las calles comerciales y zonas turísticas de Madrid y Barcelona las que la empresa ha fijado como prioritarias para su expansión este 2012.

Häagen-Dazs Aterrizaje en Málaga

La enseña heladera ha inaugurado un local en el aeropuerto de Málaga, espacio privilegiado por su tránsito de viajeros. A

los 122 m² que componen el establecimiento se suma un quiosco de la empresa en la zona de embarque, óptimo para el rápido disfrute.

Tienda Toro Osborne en Salamanca

El emblemático toro de Osborne llega a Salamanca por todo lo alto con esta reciente apertura, la primera de la enseña en Castilla y León, en régimen de franquicia y que consta de 80 m² de superficie. La plaza del Poeta Iglesias es la ubicación donde salmantinos y visitantes podrán disfrutar de una amplia gama de productos con este conocido astado como protagonista.

Paco Martínez Complementos en Castellón

Bolsos, maletas y complementos con diseños modernos conforman la oferta de las tiendas de moda Paco Martínez, que ya pueden encontrarse en la localidad valenciana de Castellón. Situada en el centro comercial Salera, la tienda abrirá sus puertas con un shopping night donde los clientes podían comprar de 22 a 24 horas con un 25% de descuento en sus productos.

Abrasador En tierras del norte

La cadena Abrasador, conocida por sus carnes de crianza propia, se ha unido al Asador Carlos V para llevar sus productos junto a la ría de la localidad lucense de Viveiro. Unos 230 m² componen este restaurante, dividido en zona de tapeo y salón, donde pueden disfrutar más de cien comensales.

El Rincón de María Cuarteto de estrenos

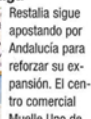
Decoración, manejo y regalo son las especialidades de esta original tienda que recientemente ha puesto en marcha cuatro establecimientos. La enseña, que crece de forma próspera, se estrenaba en Burgos con una apertura de unos 100 m² en Aranda de Duero. A ésta se sumaban los estrenos en Linares (Jaén), la localidad asturiana de Avilés y una cuarta en la ciudad de Albacete.

La Sureña Desembarco en Málaga

Restalla sigue apostando por Andalucía para reforzar su expansión. El centro comercial Muelle Uno de Málaga cuenta ahora con un restaurante La Sureña, cuyos 347 m² dan cabida a 250 comensales. Será esta la comunidad preferente para que este concepto de negocio siga creciendo.

Becara Color en el Mediterráneo

La ciudad de Valencia ya cuenta entre sus fronteras con un establecimiento Becara. Esta enseña dedicada a la fabricación y distribución de muebles y artículos para el hogar desde 1964, incluye además servicios de lista de bodas y asesoramiento gratuito en decoración y reforma de viviendas. La nueva tienda, cuidadosamente decorada, está situada en la calle Sorní y tiene más de 200 m² de superficie.



Inauguración del mes



La Mafia estrena multifranquiado en Sevilla

Esta nueva apertura viene de la mano de un asociado que ya cuenta con otro restaurante de la cadena en la capital hispalense.

La restauración tradicional italiana es la especialidad de los restaurantes La Mafia se Sienta a la Mesa, unos establecimientos que destacan por la calidad de sus productos gastronómicos y su cuidada y elegante ambientación.

La enseña nació en el año 2000 y, tras abrir dos locales propios, decidía en 2002 comenzar a expandirse de la mano del sistema de franquicias, fórmula que le ha reportado un gran crecimiento hasta superar hoy la treintena de establecimientos en toda la geografía española.

El recién estrenado local ya está puesto en marcha en la localidad sevillana de

Tomares...Se encuentra situado en una localización privilegiada, cerca de uno de los hoteles más relevantes del municipio, Canal Sur y el gran casino Aljarafé —el más transitado de Andalucía—.

Se trata del segundo restaurante de la enseña que abre el mismo franquiciado. Este asociado posee el local de la capital hispalense, primero que se abrió en Andalucía y que tuvo una excelente acogida entre la población.

Unos 350 m² componen la superficie de este nuevo restaurante La Mafia se Sienta a la Mesa que, además, cuenta con una amplia terraza con capacidad para un centenar de comensales.



PABLO MARTÍNEZ
RESPONSABLE DE EXPANSIÓN DE LA MAFIA
SE SIENTA A LA MESA

“Las claves de la gestión son la renta del local y el personal”

—¿Qué espera de 2012?

—El escenario a corto plazo es muy esperanzador; previstos 5 aperturas en los primeros meses de 2012 y acabar el año por encima de 10, con un objetivo de 15 nuevos restaurantes. 2011 no ha sido precisamente positivo para el sector, pero nosotros sí que hemos crecido en todos los aspectos; la lucha diaria por no perder cuota de mercado hace que reinventemos cada día formas para atraer público a los restaurantes. Creemos que no basta con esperar a que los comensales aparezcan por la puerta a la hora de comer o de cenar, sino que es el momento de ir a por ellos y conquistarlos con ofertas comerciales interesantes.

—La enseña empezó a franquiciar en 2002, pero no despegó hasta que comenzó la crisis. ¿Por qué?

—Hace cinco o seis años la central franquiciaba cinco marcas de restauración porque decidió diversificar. Pero luego optó por parar la expansión de cuatro enseñas y quedarse solo con una, la más fuerte. Al centrar los esfuerzos en La Mafía, en 2009 se inauguraron 7 locales, 8 en 2010 y 9 en el pasado 2011.

—¿Qué tipo de franquiciado está abriendo ahora?

—Normalmente es un emprendedor de 30 a 40 años que suele contar con algunos ahorros, porque nosotros requerimos que exista un porcentaje en torno al 30% de recursos propios sobre el total de la inversión. Las



entidades financieras, presentando cierta solvencia, pueden otorgar entre un 60 y un 80%.

—¿Tanto?

—Sí. Hemos firmado acuerdos nacionales con 5 entida-

des que saben cuáles son nuestras cifras y conocen la rentabilidad del negocio.

—¿Qué rentabilidad ofrece La Mafía?

—Nuestro planteamiento para recuperar la inversión es de 5 años. Tenemos franquiciados que lo consiguen en 3, como es el caso de Granada, y otros que necesitan 7, pero la media es de 5 años, y se cumple.

—¿Cuáles son los parámetros clave de la gestión?

—Hay dos, que son costes fijos: la renta del local y el personal. Si se controlan bien, el negocio va adelante.

—¿Influye el precio del menú en la expansión?

—Sin duda, en esta época el precio influye, y mucho. El español ha dejado de gastar, pero le sigue gustando salir en los ratos de ocio y comer y cenar fuera. Lo que pasa es que cuando antes, hace dos o tres años, pagábamos 30 o 40 euros con alegría, ahora pagamos 20. Nosotros estamos dando un tique medio a la carta bastante asequible, de 18 euros, y en la mayoría de los establecimientos hay un menú que oscila entre 10 y 12 euros entre semana, dependiendo de la localidad. Eso ayuda mucho.

A.S.

EF

de las 25 marcas españolas, la berciana Prada a Tope, y en la estadounidense Tony Roma's. De las otras 2 firmas extranjeras, la brasileña Spoleto cocina comida italiana, y la mexicana Sushi Itto, japonesa.

Un 62% de franquiciados. Las 28 redes examinadas en este informe engloban 695 establecimientos (429 franquiciados, el 62%). Las 3 primeras por número de unidades en España son la madrileña Foster's Hollywood (165 locales), la leridana La Tagliatella (109) y la también madrileña Ginos (100). Entre las 10 primeras hay 7 cadenas de restauración italiana.

5 marcas españolas han exportado su negocio. La más extendida es Cantina Mariachi, con 10 restaurantes en 6 países.

Los conceptos de restauración temática y étnica pueden ser viables en localidades o zonas de exclusividad con una población mínima entre 10.000 residentes (Hot Chocolate Kebab) y 350.000 (Tony Roma's). La superficie mínima del local varía entre los 45 metros cuadrados —terrace aparte— que requiere Spoleto y los 450 de Ribs La Casa de Las Costillas y Tony Roma's. 24 enseñas necesitan más de 100 metros cuadrados.

En consonancia con estos tamaños, la inversión inicial mínima aproximada varía entre los 60.000 euros de Spoleto y los 950.000 de Ribs La Casa de Las Costillas. Adicionalmente hay que disponer de un fondo de maniobra para sostener los primeros meses del negocio (de 5.000 a 50.000 euros), y en algunos casos hay que aportar un aval bancario (entre 6.000 y 45.000 euros).

26 de las 28 marcas cobran derecho de entrada, una partida de la inversión que se mueve, IVA aparte, entre 12.000 euros (Beirut King, Prada a Tope) y 45.000 (Ribs La Casa de Las Costillas). Tras la apertura, hay que abonar un canon de mantenimiento a 26 centrales (entre el 3 y el 6% del volumen de negocio o 700 euros al mes) y una cuota de publicidad a 22 (entre el

0,25 y el 4% de las ventas).

Foster's Hollywood, pionera. 9 cadenas empezaron a franquiciar el negocio antes de 2001, con Foster's Hollywood como pionera, en 1987. Ya en este siglo lo hicieron 15; las últimas, en 2011, fueron Lemongrass y Tommy Mel's. Asimismo hay 4 firmas que aún no tienen asociados: Pizzettaro, Punto Pasta, Pasta & Salads, Soca Taquería & Bar y Sushi Itto.

23 de las 28 enseñas se han apuntado en el Registro de Franquiciadores.

CHURRASCARIAS BRASA Y LEÑA

Churrascarias Brasa y Leña propone a los comensales un *rodizio* típico brasileño realizado con cortes de res madurada en cámara, así como aliños y macerados de pollo y cerdo elaborados con recetas tradicionales. Completan la carta productos como la sangría brasileña, caipiriñas, cócteles y postres caseros de carácter tropical.

Trayectoria. Con sede en San Sebastián de los Reyes (Madrid), a mediados de 2008 abrió sus puertas el primer restaurante Churrascarias Brasa y Leña. La enseña inició la expansión con franquicias a finales de 2010 con un local en el centro comercial Max Center de Baracaldo (Vizcaya), y en estos mo- ➔



Churrascarias Brasa y Leña. La marca madrileña propone a los comensales un *rodizio* típico brasileño.



Nombre de Franquicia

Todos los sectores

Inversión

Tipo de Franquicia

lunes, 6 de febrero de 2012

HOME GUÍA DE FRANQUICIAS

ACTUALIDAD

TORMO ASOCIADOS

FranWords ^{new}

+1

0



Contacta Newsletter

Recursos

 Me gusta 1

 2


Últimas Noticias

Apple Store bate

Actualidad / Noticias

La Mafia pone en marcha estrategias para atraer nuevos segmentos de la población

jueves, 24 de noviembre de 2011

[Ir a la ficha de La Mafia se Sienta a la Mesa](#)

La franquicia de restauración italiana está cosechando resultados positivos y planea terminar el año con 9 nuevas aperturas. A pesar de ello, la firma intenta atraer a nuevos segmentos de población y apunta a las familias a través de estrategias como zonas infantiles o salas adaptadas para lactancia.

"La Mafia se Sienta a la Mesa" se encuentra en un momento 'dulce', asegura Pablo Martínez, director de Expansión de la cadena. Y no es para menos, la enseña ha conseguido implantar 31 establecimientos, de los cuáles 28 son franquicias y para este año "acabaremos con 9 aperturas, lo que supone

new

Buscador de Noticias

Noticia

Sección



Ampliar

